

ANÀLISI

QUADERNS DE COMUNICACIÓ I CULTURA



24

Mite i cultura mediàtica



Mito y cultura mediática



Universitat Autònoma de Barcelona
Servei de Publicacions

Anàlisi

Anàlisi : quaderns de comunicació i cultura / Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació. Departament de Teoria de la Comunicació. — 1 (1980-). — Bellaterra (Barcelona) : Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1980- . — 23 cm

Semestral. — A partir del núm. 10/11 (desembre 1987) el Departament de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Informació assumeix la responsabilitat de la publicació. — A partir del núm. 15 (desembre 1993) el nom canvia per: Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació, de la Facultat de Ciències de la Comunicació.

ISSN 0211-2175

I. UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. Facultat de Ciències de la Informació (Bellaterra)

II. UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. Facultat de Ciències de la Comunicació (Bellaterra)

1. Mitjans de comunicació de massa

007

Director

Albert Chillón Asensio

Sots directors

David Vidal i Castell, Charo Lacalle Zalduendo

Consell de redacció

Maria Dolores Montero, Rosario de Mateo,
Joan Manuel Tresserras, Lluís Badia, Jordi Berrio,
Josep Maria Català

Secretària de redacció

Gemma Casamajó i Solé

Consell assessor (provisional)

Carlo Marletti (U. de Torí), Jesús Martín Barbero (Univ. Javeriana de Bogotá), Miquel de Moragas (UAB), Romà Gubern (UAB), Héctor Borrat (UAB, U. Ramon Llull), Lluís Duch (Monestir de Montserrat), Manuel Parès i Maicas (UAB, AIERI), Francesc Espinet (UAB), Josep Lluís Gómez Mompert (UAB), Daniel E. Jones (UAB, U. Ramon Llull), Miquel Rodrigo (UAB), Gerard Vilar (UAB)

Direcció del Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació

Lluís Badia (director), Charo Lacalle, Xavier Giró, Merxe Díez, Jaume Soriano, Anna Clua

Redacció

Revista Anàlisi
Facultat de Ciències de la Comunicació
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 15 45. Fax: 93 581 20 05
Revista.Analisi@uab.es
<http://kane.uab.es/revistaanalisi>

Il·lustracions d'aquest número

Coberta: laberint de Somerton, Banbury.
Pàg. 9: laberint de la Casa de Lucreci a Pompeia.
Pàg. 25: laberint dissenyat pel zulú Ulutuyetshay
Pàg. 161: església parroquial de Saint-Quentin.

Intercanvi

Universitat Autònoma de Barcelona
Servei de Biblioteques
Secció d'Intercanvi de Publicacions
Edifici A
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 11 93. Fax: 93 581 20 00

Subscripcions

Universitat Autònoma de Barcelona
Servei de Publicacions
Edifici A
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 10 22. Fax: 93 581 20 00

Coberta

Loni Geest & Tone Høverstad

Edició i Impressió

Universitat Autònoma de Barcelona
Servei de Publicacions
Edifici A
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 15 96. Fax: 93 581 20 00
Dipòsit legal: B. 19.464-1980
ISSN 0211-2175
Impress a Espanya. Printed in Spain
Impress en paper ecològic

Pàg. 183: laberint de Troy Town, Dorset.
Pàg. 201: laberint de St. Catherine, Winchester.
Pàg. 211: laberint de la catedral de Poitiers.

Índex/Índice

Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura

Núm. 24, p. 1-222, 2000, ISSN 0211-2175

Les paraules clau són en llenguatge lliure

S'autoritza la reproducció dels resums i de les pàgines de l'índex

10-23 Presentació/Presentación

Monogràfic. Mite i cultura mediàtica

Monográfico. Mito y cultura mediática

27-54 **DUCH, Lluís** (Monestir de Montserrat)

El context actual del mite. *Anàlisi*, 2000, núm. 24, p. 27-54.

L'article proposa una introducció al paper crucial que el mite té en la cultura actual, a la llum de les investigacions antropològiques més rellevants de la contemporaneïtat. Per satisfer aquest propòsit, l'autor s'aproxima a la comprensió del mite en el context contemporani, caracteritzat, entre altres coses, per la crisi de la raó i del pensament historiogràfic il·lustrats. I així mateix planteja, a manera d'idea clau de tot el raonament, la inevitabilitat del diàleg entre *mythos* i *logos*, considerats tots dos com les dues facetes constitutives de l'ésser humà i la seva història.

Paraules clau: *mythos*, *logos*, antropologia, crisi de la raó, mitologia.

The Present Context of Myth

The article puts forward an introduction to the crucial part that myths play in today's culture, in the light of the present day's most relevant anthropological investigations. In order to achieve this aim, the author approaches the understanding of myths in the contemporary context, characterized, among other things, by the crisis of the Age of Enlightenment's historiography and reason. That's how, the text that follows proposes, as the key idea for the whole reasoning, the inevitability of dialogue between *mythos* and *logos*, both considered the constituent elements of the human being and its history.

Key words: *Mythos*, *logos*, anthropology, crisis of reason, mythology.

55-69 **CATALÀ DOMÈNECH, Josep M.** (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat)

La mirada difusa: formaciones y deformaciones del espacio mítico contemporáneo. *Anàlisi*, 2000, núm. 24, p. 55-69.

El espacio del mito es el lugar donde la subjetividad humana entra en relación con los fenómenos objetivos estudiados hasta ahora por la ciencia, no para anularlos sino para enriquecerlos. La tarea básica de la ciencia ya no reside, de ahora en adelante, en rechazar y anular este espacio subjetivo, como ha venido haciendo hasta el

momento, sino en incorporarlo a sus investigaciones, en desarrollar un método capaz de gestionar su básica diversidad.

Palabras clave: espacio mítico, ciencia, complejidad, nuevas tecnologías, globalidad.

The Diffused Glance

The space of myth is where human subjectivity comes to terms with the objective events studied up to now by science, with the aim to enrich instead of cancelling them. From now on, science's basic task no longer lies in rejecting and cancelling this subjective space, as done up to now, but involving it in its investigation and developing a method able to manage its essential diversity.

Key words: Mythic space, science, complexity, new technologies, globality.

71-78 **BARTRA, Roger** (Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Sociales)

El método en la jaula: ¿cómo escapar del círculo hermenéutico?
Anàlisi, 2000, núm. 24, p. 71-78.

La reflexión, de propósito metodológico, se propone reflexionar sobre el carácter esencialmente mitológico de la cultura política. A juicio del autor, las funciones legitimadoras del orden político se explican culturalmente, es decir, en términos de un conjunto de símbolos, y no sólo como ideologías expresas. En particular, el texto explora, partiendo del caso mexicano, el carácter mitológico inherente a la formación de las llamadas «identidades nacionales».

Palabras clave: cultura política, identidad nacional, mitología, antropología, ideología.

The Method in the Cage: How to Escape from the Hermeneutic Circle?

The text that follows has a methodological purpose and intends to consider just how political culture is essentially mythological. According to the author, the legitimating functions of political order aren't only explained in terms of explicit ideologies: they have a cultural dimension as a group of symbols. Starting from the Mexican case, the text particularly explores the mythology inherent in the formation of the so called «national identities».

Key words: political culture, national identity, mythology, anthropology, ideology.

79-92 **LACALLE ZALDUENDO, Charo** (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació)

Mitologías cotidianas y pequeños rituales televisivos. Los *talk shows*.
Anàlisi, 2000, núm. 24, p. 79-92, 39 ref.

La reflexión sobre los *talk shows* que se realiza en este artículo tiene como objeto definir las características de uno de los géneros más representativos del papel de *interface* entre el individuo y las instituciones que desempeña la televisión actual; un papel que ha terminado por convertir la recepción televisiva en una verdadera actividad ritual de los mitos que gobiernan la relación del yo con los otros. La autora realiza un breve recorrido por la historia del género en Estados Unidos y en España, dirigido a determinar los factores que han convertido el acto de la recepción en una pragmática.

Palabras clave: *talk shows*, *reality shows*, género, televisión, mito, ritual, recepción, interacción.

Daily Mythologies and Small Television Rituals. The talk shows

The reflection on talk shows made in this article attempts to define the characteristics of one of the most representative genres of the interface role between individuals and the institutions undertaken by today's television: a role which has ended up turning television reception into a ritual activity of the myths which rule the relations of ourselves with others. The author carries out a brief run through this genre's history in the United States and Spain, guided to determine the factors which have turned the act of reception into pragmatism.

Key words: Talk shows, reality shows, genres, television, myth, ritual, reception, interaction.

93-105 BERRIO, Jordi (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació)

La vigència del mite en la cultura contemporània. *Anàlisi*, 2000, núm. 24, p. 93-105, 28 ref.

El mite es pren com una manera d'explicar el món i de donar sentit a la vida, manera paral·lela a les que són pròpies de la filosofia i la ciència. S'argumenta que no és una manera de pensar que correspongui necessàriament a les societats primitives, sinó que continua vigent actualment. Les indústries culturals són els agents principals a l'hora de generar les noves fabulacions i de convertir en famosos els artistes, polítics, reis i princeses, tot fabricant una mena de *star-system*. La mítica contemporània és abocada al present i també al futur mitjançant la ciència-ficció.

Paraules clau: mite, fabulació, religió, ciència, filosofia, cinema, televisió, literatura, superstició.

The Presence of Myths in Contemporary Cultures

Myths are seen as a way to explain the world and give sense to life, a parallel manner proper to science and philosophy. The article argues that this type of thought isn't necessarily exclusive to primitive societies and just how it's still currently valid. Cultural industries are the main agents in the creation of new fables and the process of turning artists, politicians, kings and princesses into celebrities, in the manufacturing of the star system. Contemporary myth is bound to the present but also to the future by means of science fiction.

Key words: Myth, fable, religion, philosophy, cinema, television, literature, superstition.

107-119 SAPERE CHAVIT, Gustavo (Psicólogo clínico)

Mito y autobiografía en la sociedad mediática. *Anàlisi*, 2000, núm. 24, p. 107-119, 35 ref.

Se propone la relación entre el mito, las narraciones y el contexto social como un sistema complejo en transformación. En el presente, se verifica el auge del género autobiográfico, canalizado en un tipo de programación televisiva. Se extraen ejemplos de la televisión española para identificar: 1) un tipo de mito referido al ordenamiento de la intimidad; 2) estilos narrativos asimilables a diversas estructuras dramáticas; 3) un debilitamiento de la función social y personal de la responsabilidad biográfica.

Palabras clave: mito, narrativa autobiográfica, sistemas complejos, tragedia, responsabilidad, *reality-show*.

Myth and Autobiography in the Media Society

The text that follows suggests conceiving the relation between myth, narration and social context, as a complex system in transformation. At present, the thrive of the autobiographic genre has been proved, mainly channelled through certain television programmes. Some examples taken from Spanish television have been used to identify: 1) a type of myth referred to the arranging of privacy; 2) narrative styles readily assimilated to different dramatic structures; 3) a weakening of the social and personal function related to biographic responsibility.

Key words: Myth, autobiographic narrative, complex systems, tragedy, responsibility, reality show.

- 121-159 **CHILLÓN, Albert** (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació)
La urdimbre mitopoética de la cultura mediática. *Anàlisi*, 2000, núm. 24, p. 121-159.

El texto, de carácter meramente propedéutico, se propone elucidar la naturaleza mitopoética de la cultura mediática contemporánea, a partir de una perspectiva culturológica que vindica el papel crucial que las humanidades han de jugar en los estudios sobre comunicación. A tal fin, explora tentativamente la urdimbre mitopoética de la imaginación individual y del imaginario colectivo, así como las dos fuentes primordiales que los nutren: generación espontánea y transmisión. Por último, a modo de corolario, el artículo discute cómo se compone el acervo temático característico de la cultura mediática: sus temas, motivos, argumentos, *loci*, figuras, personajes y géneros.

Palabras clave: cultura mediática, mitopoiesis, imaginario colectivo, imaginación, arquetipo, tematología.

The Mythopoetic Warp of Media Culture

The text, of mere introductory intentions, attempts to elucidate the mythopoetic nature of the contemporary media culture, starting from a cultural logic perspective which vindicates the crucial role humanities must play in communication studies. With such aim, it tentatively explores the mythopoetic warp of individual's imagination and collective imagery, as well as both of the fundamental sources which nourish them: spontaneous creation and transmission. Finally, as a corollary, the article discusses what composes the immens stock of topics, so characteristic to media culture: its themes, motives, arguments, *loci*, figures, characters and genres.

Key words: Media culture, myth, collective imagery, imagination, archetype, thematology.

Encontres i semblances/Encuentros y semblanzas

- 163-181 **Román Gubern**. Un lúcido exegeta de la cultura mediática. *Anàlisi*, 2000, núm. 24, p. 163-181.

Documents/Documentos

- 185-200 **DUCH, Lluís** (Monestir de Montserrat)
El mite del «bon salvatge» i l'antropologia. *Anàlisi*, 2000, núm. 24, p. 185-200.

L'autor explora la presència del mite del bon salvatge en la història d'Occident, així com la seva vigència en la cultura contemporània. En particular, el text revisa diferents expressions històriques de la figura del bon salvatge, claus en la constitució de l'imaginari cultural occidental. Per últim, raona sobre l'important presència que aquesta figura mítica ha tingut en el pensament antropològic del segle XX.

Paraules clau: bon salvatge, tradició, història, antropologia.

The Myth of the «Good Savage» and Anthropology

The author explores the presence of the myth of the good savage in Western history, as well as its validity in the contemporary culture. The article particularly looks over the different historical expressions concerning the figure of the good savage, essential in the forming of Western culture's imagery. Finally, it talks about the important presence this mythical figure has had in anthropological studies throughout the 20th century.

Key words: Good savage, tradition, history, anthropology.

Noticiari acadèmic/Noticiario académico

- 203-204 I Simposi de literatura autobiogràfica. Història, memòria, construcció del subjecte (Francesc Espinet i Burunat).
- 205-206 La UAB, capital mundial de l'AIERI/IAMCR (Bernat López).
- 207-209 Herb Schiller, *in memoriam* (Manuel Parès i Maicas).

Crítica/Crítica

- 213-222 Francesc Espinet i Burunat. *Notícia, imatge, simulacre. La recepció de la societat de comunicació de masses a Catalunya, de 1888 a 1939* (Joan Manuel Tresserras).
Josep L. Gómez Mompert; Enric Marín Otto (eds.). *Historia del periodismo universal* (Francesc Espinet i Burunat).
Lluís Duch. *Mito, interpretación y cultura* (Albert Chillón).